

**В.И. Коновалова, О.В. Шабаршина**

*НТГСПА, Нижний Тагил*

## **PR-мероприятия в вузовской библиотеке: из опыта работы научной библиотеки НТГСПА**

В последние десятилетия в мире идет процесс перехода к новому информационному обществу – обществу знаний. Роль библиотек как информационных центров в таком обществе возрастает. Область Public Relations (PR) – связь с общественностью – является одной из наиболее динамично развивающихся во всем мире. Понимая необходимость совершенствования форм и методов библиотечной работы, мы все пристальней вглядываемся в зарубежный опыт и внедряем его в российскую библиотечную среду. Введение в библиотечную практику PR-мероприятий является актуальным для сегодняшнего дня, так как «знания и творческое практическое применение паблик рилейшнз сегодня, пожалуй, как ни одно другое направление менеджмента, необходимы для российских библиотек» [11, с. 43].

Цель данной публикации – представить одно из новых направлений работы научной библиотеки Нижнетагильской социально-педагогической академии (НБ НТГСПА) – связь с общественностью.

Французский ученый Декарт говорил, что если дать определение термина, то легче всего можно избавиться от множества недоразумений. Спектр мнений, касающихся определения предмета «паблик рилейшнз», весьма разнообразен. Известный американский исследователь Рекс Ф. Харлоу выделял более пятисот дефиниций, накопившихся в специальной литературе с начала XX в. Мы остановимся лишь на некоторых. Одни авторы характеризуют PR как «планируемые и осуществляемые усилия, направленные на установление и поддержание доброжелательных отношений между организацией и ее общественностью» [2, с. 12]; другие считают, что PR – «запланированные усилия по воздействию на общественное мнение посредством доброжелательного отношения и ответственных действий, основанные на взаимодовлетворительном двухстороннем общении» [4, с.22]; третьи определяют PR как «науку и искусство налаживания взаимного понимания и доброжелательности между личностью, фирмой или учреждением и общественностью» [6, с. 26].

Принимая во внимание вышеприведенные определения, мы в своей PR-деятельности придерживаемся классификации, данной Б. Ашервудом и апробированной в Уральском государственном университете (УрГУ) [3]. Одним из основополагающих принципов организации нашей работы по связям с общественностью является «широкое информирование о деятельности библиотеки в целом и отдельных ее подразделений» [7, с. 11].

Главную роль в связи с общественностью в НБ НТГСПА играют справочно-библиографический отдел и сектор массовой работы, существующий на базе этого отдела. PR-мероприятия осуществляются по трем направлениям: научному, информационному и имиджевому, которые тесно переплетаются и дополняют друг друга.

**Научное направление** представлено публикациями в сборниках и альманахах и участием в научных конференциях. На XVI Зональной научно-практической конференции «Информационно-библиографическая деятельность библиотеки вуза» (2003) директор научной библиотеки НТГСПА выступала с докладом, позже опубликованным в сборнике «Библиотеки вузов Урала»<sup>1</sup>. В докладе представлен опыт работы справочно-библиографического отдела библиотеки по накоплению и систематизации краеведческого материала: формированию тематических папок с газетными материалами по истории, культуре, экономике, экологии, образованию Нижнего Тагила, выпуску библиотечных газет с материалами к юбилейным и памятным датам.

Авторитет библиотеки растет благодаря участию библиотеки во внутривузовских и региональных научно-практических конференциях. На региональной конференции, посвященной 125-летию со дня рождения П.П. Бажова (2004), заместитель директора научной библиотеки

---

<sup>1</sup> Коновалова В.И. Краеведческий компонент в работе справочно-библиографического отдела НБ НТГСПА // Библиотеки вузов Урала: проблемы и опыт работы: Науч.-практ. сб. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2003. №4. С. 57-63.

НТГСПА выступила с докладом «Редкие издания П.П. Бажова в фонде НБ НТГСПА», который привлек внимание участников к редкому фонду библиотеки. На мероприятиях, посвященных памяти Д.Н. Мамина-Сибиряка, библиотека представила результат исследовательского труда «Нижний Тагил глазами Мамина-Сибиряка».

Для альманаха «Тагильский вестник» подготовлена статья «Круг чтения тагильских гимназисток в начале XX века» (по книгам нижнетагильской Павло-Анатолевской женской гимназии из редкого фонда НБ НТГСПА). Эта статья положила начало научному подходу в исследовании редкого фонда библиотеки.

**Информационное направление** в PR-деятельности библиотеки самое насыщенное, так как включает в себя четыре информационных потока.

*Первый поток* – информация о библиотеке на вузовском радио. Слушателям представляются обзоры новой литературы: книг, специальной периодики и «толстых литературных журналов»; блок библионоостей с рассказом о жизни библиотеки, о выставках в разных отделах библиотеки, о других мероприятиях; информация о знаменательных датах. Успешно работает совместный проект работников библиотеки и радио «Школа этикета».

*Второй информационный поток* – это публикации в городской печати и в вузовской газете «Учитель», посвященные пропаганде фондов научной библиотеки НТГСПА.

Муниципальное издание «Горный край» поместило на своих страницах статьи заместителя директора НБ НТГСПА, посвященные книжным раритетам: газете «Пермские епархиальные ведомости» [8], журналу «Сын Отечества» [9], книге А.Н. Скабичевского из редкого фонда библиотеки [10].

Стало доброй традицией одну из полос вузовской газеты «Учитель» отдавать под информационные материалы библиотеки. Эти публикации не только пропагандируют фонды, но и освещают все, чем живет библиотека: «Загляни в читальный зал» (о новинках литературы), «Лето: вопросы-ответы, подсказки-советы» (методические рекомендации студентам, работающим в оздоровительных лагерях), «Скоро юбилей “дедушки” Бажова» (о подготовке к юбилейным торжествам), «Ура! Мы снова победили» (об участии в проекте «Женщина плюс...»), «День прощения, как день рождения, только раз в году» (об организованной отделом обслуживания акции по сохранности фонда библиотеки), «Интересная фотография» (о П.П. Бажове и тагильском скульпторе М.Н. Крамском), «Кому откроется “Малахитовая шкатулка”?» (размышления читателя) и многие другие.

*Третий информационный поток* – сотрудничество с разработчиками web-страницы вуза. Основная работа – еженедельное обновление новостей из НБ НТГСПА по принципу «только самая свежая и самая интересная для пользователей информация». Посетители вузовского сайта могут узнать всю необходимую информацию о библиотеке: режим работы ее подразделений, ознакомиться со списком периодических изданий, выписываемых библиотекой, с каталогом электронных ресурсов и видеоматериалов из фондов библиотеки НТГСПА и т.д.

*Четвертый информационный поток* – выпуск буклетов, выборочной библиографии, дайджестов.

Этот вид информации для библиотеки НТГСПА является новым (он был освоен только в 2003 г.), но уже зарекомендовал себя с положительной стороны и получил хорошие отзывы пользователей. Данный вид продукции выпускается в двух видах. К календарным праздникам и юбилейным датам выпускаются буклеты и дайджесты «Татьянин день», «День святого Валентина», «Новогодняя тусовка, или как встретить Новый год», «Мастер, мудрец, сказочник: к 125-летию П.П. Бажова». Для методического обеспечения работы студентов-практикантов издаются «Делу время – потехе час», «Если светит солнце: полезные советы для водителей», «Если идет дождь: полезные советы для водителей». Выпущенные на цветной бумаге буклеты и дайджесты становились событием для наших читателей.

**Имиджевое направление в PR** – самое многоплановое, так как включает в себя все, что может сформировать положительное отношение к библиотеке, в том числе перечисленные выше научная и информационная деятельность.

Читатель, обращаясь к библиотекарю, ждет от него помощи. «Просьба клиента о помощи должна быть высшим приоритетом», – пишет Б. Ашервуд [1, с. 112]. Поэтому этический вопрос о поведении библиотекаря в системе «читатель-библиотекарь» должен быть поставлен во главу угла. В целях подготовки в сфере межличностного общения в научной библиотеке НТГСПА практи-

куют ежегодные занятия с библиотекарями по темам: «Этика библиотечной работы», «Как предотвратить конфликты в библиотеке» и т.д.

На доверительные отношения с читателями настраивают беджи, способствующие установлению контактов.

На формирование положительного имиджа библиотеки влияет интерьер, внутреннее убранство библиотеки. В этом плане научной библиотеке НТГСПА есть чем гордиться. При поддержке ректората в 2001 г. после капитального ремонта изменился внешний и внутренний облик читального зала. Чистота, уют, комфортность сочетаются здесь с новыми информационными технологиями. К услугам посетителей предлагается 15 компьютеров, объединенных в локальную сеть с выходом в Интернет. Пользователям предоставляется возможность работы в текстовом редакторе, печати на принтере, сканирования, записи информации на компакт-диски, ксерокопирования.

Отделы обслуживания также стараются сделать пункты выдачи литературы максимально комфортными. Для этого обновляется мебель, осветительные приборы, техническое оборудование.

По Дж. Грунингу, PR – это коммуникационный менеджмент между организацией и ее публикой, при котором для успешного сбыта своих услуг сотрудники должны знать своего клиента «в лицо». В соответствии с этим многие PR-проекты в библиотеке начинались с изучения опросов общественного мнения. Так, для улучшения работы службы ксерокопирования в научной библиотеке было проведено анкетирование пользователей, наиболее часто обращающихся к этому виду библиотечной услуги. Полученные результаты помогли выявить слабые места в работе службы; устранить причины, их вызвавшие; определить дальнейшие мероприятия для развития ксерокопирования.

На создание положительного имиджа открытой для сотрудничества научной библиотеки НТГСПА также направлены экскурсии первокурсников по библиотеке в рамках курса библиотечно-библиографических занятий, деятельность вновь избранного совета научной библиотеки, культурно-просветительская работа, информационная поддержка научно-практических конференций академии.

PR-мероприятия «позволяют оттенить самые выигрышные аспекты деятельности и наиболее адекватно отражать повседневную работу конкретного библиотечного коллектива» [5, с. 40], увеличивают популярность библиотеки, привлекают к ней все большее число читателей.

Вышеизложенное позволяет сделать вывод, что PR-мероприятия в вузовской библиотеке являются перспективными направлениями работы и будут все активнее использоваться в дальнейшем.

### **Библиографический список**

1. Ашервуд Б. Азбука общения, или public relations библиотеки / Б. Ашервуд. М.: Либерея, 1995. 174 с.
2. Блэк С. Введение в публик рилейшнз / Сэм Блэк. Ростов н/Д: Феникс, 1998. 317 с.
3. Гармс Е.С. Public relations в университетской библиотеке / Е.С. Гармс // Университетская библиотека на рубеже тысячелетий: выбор пути: Материалы Второй Всерос. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2001. С. 15-17.
4. Катлип С.М. Паблик рилейшнз: теория и практика: Пер. с англ. / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум. 8-е изд. М.: Вильямс, 2000. 624 с.
5. Клюев В.К. Связи с общественностью: библиотечный вариант / В.К. Клюев // Библиография. 2000. №1. С. 40-43.
6. Королько В. Основы паблик рилейшнз / В. Королько. М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. 526 с.
7. Никонорова Е.В. Связи с общественностью: новый импульс развития библиотек / Е.В. Никонорова // Библиотековедение. 2001. №6. С. 8-15.
8. Шабаршина О.В. Дневник эпохи: к 300-летию Рос. печати / О.В. Шабаршина // Горный край. 2003. 16 сентября.
9. Шабаршина О.В. Из собрания Демидовых / О.В. Шабаршина // Горный край. 2003. 30 октября.
10. Шабаршина О.В. Книжное столетие / О.В. Шабаршина // Горный край. 2003. 11 апреля.
11. Ястребова Е.М. Паблик рилейшнз для библиотек / Е.М. Ястребова // Библиография. 2000. №1. С. 43-45.